

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



Limpieza Pura S.A.C. de la ciudad de Yungay

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OBTENER EL  
TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

Autor:

Marcos Lavado, Ruth Friorella

Asesor:

Mg. Luján Torres, Jorge Alejandro

Huaraz – Perú

2018

**PALABRAS CLAVE:**

<b>Tema:</b>	Limpieza Pura
<b>Especialidad:</b>	Administración

**KEYWORDS:**

<b>Theme:</b>	Pure Cleaning
<b>Especially:</b>	Administration

**Línea de Investigación:**

**Según Código OCDE:**

<b>Línea de Investigación</b>	<b>OCDE</b>		
	<b>Área</b>	<b>Sub área</b>	<b>Disciplina</b>
Marketing	5. Ciencias Sociales	5.2. Economía y Negocios	Negocios y Management

**TITULO:**

**Limpieza Pura S.A.C. de la ciudad de Yungay**

**Pure Cleaning S.A.C. from the city of Yungay**

## RESUMEN

En momentos de tantos altibajos empresariales y sociales, suele ser normal perder las nociones básicas del porque se hacen las cosas y el sentido que tienen; en tiempos de alta competitividad y escases de trabajo, surge la necesidad de emprender o iniciar una empresa.

Todas las empresas cuentan con sus respectivas declaraciones de Misión, Visión y Objetivos Estratégicos. Una empresa debe ser capaz de crear un producto o un servicio que funcione, pero más importante, que sirva. Si sus clientes no perciben valor en el producto que usted ofrece, no lo comprarán no darán un esfuerzo extra por conseguirlo. La parte atractiva es que, al generar un valor para la sociedad, creamos riqueza, riqueza que deberá ser distribuida entre la empresa, los clientes, los trabajadores.

Los servicios de limpieza son una actividad que ha surgido por la necesidad de las empresas privadas, las cuales han ido multiplicando en los últimos años, por lo que la necesidad de limpieza en general es cada vez mayor.

Se ha percibido que actualmente tanto las empresas privadas como públicas cuentan con una administración, no así con un servicio que les permita satisfacer todos sus requerimientos, en este caso el de la limpieza.

El objetivo consiste en cubrir la necesidad de servicios de limpieza, por lo que se comprueba la viabilidad y competitividad de una empresa de Limpieza dirigida a Entidades tanto Públicas como Privadas.

## **ABSTRACT**

In times of so many business and social ups and downs, it is usually normal to lose the basic notions of why things are made and the meaning they have; In times of high competitiveness and scarce work, there is a need to start or start a business.

All companies have their respective statements of Mission, Vision and Strategic Objectives. A company must be able to create a product or service that works, but more importantly, that works. If your customers do not perceive value in the product you offer, they will not buy it, they will not give extra effort to get it. The attractive part is that by generating value for society, we create wealth, wealth that must be distributed among the company, customers, workers.

Cleaning services are an activity that has arisen from the need of private companies, which have been multiplying in recent years, so the need for cleaning in general is increasing.

It has been perceived that currently both private and public companies have an administration, but not with a service that allows them to meet all their requirements, in this case the cleaning.

The objective is to cover the need for cleaning services, which is why the viability and competitiveness of a cleaning company aimed at both Public and Private Entities is proven.

## ÍNDICE

PALABRAS CLAVE.....	i
TITULO .....	ii
RESUMEN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
INDICE... ..	v
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>01</b>
<b>DESCRIPCIÓN DE LA SITUACION PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>02</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>02</b>
Objetivo general .....	02
Objetivos específicos .....	02
<b>FUNDAMENTACION TEÓRICA .....</b>	<b>03</b>
<b>PROPUESTA (Plan de Mejora).....</b>	<b>25</b>
<b>RESULTADOS.....</b>	<b>26</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>33</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>34</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>35</b>

## **DEDICATORIA**

A mi Señor, Jesús, quien me dio la fe, la fortaleza, la salud y la esperanza para terminar este trabajo.

A mis padres y a mi esposo Alan, porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

Mil palabras no bastarían para agradecerles su apoyo, su comprensión y sus consejos en los momentos difíciles. A todos, espero no defraudarlos y contar siempre con su valioso apoyo, sincero e incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a Dios, a mis padres y a mi esposo quienes me guiaron en cada momento durante la realización de mis estudios superiores hasta su culminación brindándome su apoyo infinito a cada instante.

Además, expreso una gratitud sincera al tutor, quien supo guiar mi camino para la realización del trabajo, demostrándome su ayuda incondicional y desinteresada.

Finalmente, a mis catedráticos que contribuyeron al desarrollo académico y profesional impartiendo modelos de valor, sabiduría y sus acertados consejos durante mi carrera universitaria.



## INTRODUCCION

Se desarrolla este estudio para la puesta en marcha de una empresa de servicios de limpieza con domicilio legal y fiscal en la ciudad de Yungay.

La empresa se denomina “**LIMPIEZA PURA S.A.C.**” tendrá como actividad la prestación de servicios múltiples de limpieza, dirigida principalmente a instituciones particulares, comunidades de vecinos, pequeños negocios, empresas de construcción y grandes clientes. Tampoco descartan participar en alguna licitación de estos servicios propuesta por la Administración Pública. Cuenta con un almacén de maquinaria y materiales, oficina administrativa, y aseos. El local se acondicionará convenientemente, atendiendo tanto a lo exigido por las Normas de planeamiento municipal como a los requerimientos legales necesarios para el almacenamiento de productos de limpieza.

El proyecto basará sus **factores clave de éxito** en los siguientes elementos:

- Calidad de los servicios que se presten.
- Amplitud y variedad de servicios de limpieza en público y tipología(domicilios, limpiezas de obra, oficinas, locales comerciales, hotelería, limpiezas especiales, etc.)
- Seriedad al cumplir plazos y horarios de trabajo ofrecidos al cliente.
- Formación de los trabajadores.
- Tecnología y equipos de trabajo utilizados en la limpieza.

## **DESCRIPCION DE LA SITUACION PROBLEMÁTICA**

El presente trabajo se realiza por haberse identificado una oportunidad de negocio que es la existencia de una demanda insatisfecha. Además el plan permite contribuir de manera significativa a la superación de dicho problema y generar beneficios significativos a los responsables.

Los demandantes requieren de este servicio, ya que no existe un establecimiento en la localidad que brinde este servicio. Observando la necesidad que tiene la población de contar con un establecimiento que se dedique al servicio de limpieza que satisfaga la necesidad de los clientes en cuanto a precio y calidad, surge la idea de una empresa que se dedique a la limpieza, buscando la satisfacción de las necesidades de los consumidores de esta ciudad.

### **OBJETIVOS:**

#### **Objetivo general:**

Brindar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de nuestros clientes con el servicio que ofrecemos. Y de otra manera contribuir a la reducción del desempleo.

#### **Objetivos específicos:**

- Cumplir con calidad, rapidez y profesionalismo las necesidades de limpieza de la ciudad de Yungay.
- Brindar el servicio Delivery de limpieza en la debida oportunidad.
- Contribuir a que los usuarios locales, cuenten con la facilidad y posibilidad de elegir el servicio y brindarle facilidades de pago.
- Brindaremos trabajo a jóvenes que quieran sobresalir junto a la empresa y disminuir el desempleo.

## **FUNDAMENTACION TEORICA:**

### **Servicio:**

Se ofrecerán diversos servicios relacionados con la limpieza. Para ello las estrategias a desarrollar son:

- La personalización en el servicio.
- Selección de insumos de calidad.

### **Marketing:**

El éxito de una compañía está en satisfacer plenamente a los clientes, ellos son la razón principal de la supervivencia y buen funcionamiento de cualquier empresa, y para lograr que ellos se sientan a gusto y adquieran los productos y servicios ofrecidos se utiliza lo que comúnmente se denomina mezcla de marketing, la cual abarca las Cuatro P es necesario aprenderlas y ponerlas en práctica. El tiempo de las Cuatro P es muy importante; el producto adecuado, al precio adecuado, en el lugar apropiado y respaldado por una adecuada promoción debe estar disponible en el momento correcto.

#### ➤ **Producto:**

Es un conjunto de atributos que forman un ente susceptible de ser identificado. Una de las formas en la que se puede posicionar un servicio, es prestando servicios de calidad, que solucionen una gama de necesidades más que las demás.

Empresa Limpieza Pura S.A.C., ofertara los siguientes servicios:

#### **a. LIMPIEZA ESPECÍFICAS:**

- Limpieza de pisos
- Limpieza de Cristales

**b. LIMPIEZA ESPECIALES:**

- Fachadas.
- Desinfección
- Fumigaciones.
- Recojo de basura

➤ **Precio:**

Se fijarán los precios de acuerdo a los costos de los insumos (materiales necesarios), tiempo de mano de obra, tamaño de la superficie a limpiar y también los precios en base a la competencia.

➤ **Plaza:**

Respecto a este punto, se tiene como único punto de venta nuestro local que estará ubicado en el Campo Ferial - Yungay.

Pero a su vez, se atenderá los pedidos vía telefónica -que comprenderá el servicio delivery- siendo una estrategia de distribución, donde no necesariamente el cliente pueda aproximarse al local de ventas.

➤ **Promoción:**

Se realizará las siguientes estrategias de promoción, con la finalidad de lograr captar la atención de los clientes - posteriormente su fidelización, así como hacer conocer nuestra empresa y las ventajas de nuestro servicio.

Entre ellos se realizarán: Descuentos, Servicio Delivery, Tarjetas elaboradas por la empresa, publicidad por distintos medios, entrega de pequeños presentes a nuestros clientes (lapiceros, tarjetas, llaveros, stickers, etc.), elaboración de gigantografía, letrero luminoso, slogan y volantes.

### **Personal:**

La empresa se preocupará por contar con personal que reúna los requisitos establecidos por el perfil del puesto. Para ello se emplearán estrategias de capacitación.

## **PLANEAMIENTO ESTRATEGICO**

### **ESTRATEGIAS**

**A. Volumen:** Obtener el volumen de clientes necesario:

- La primera y absoluta prioridad del proyecto será obtener todos los contactos.
- Paralelamente y desde el principio, se desarrollará una intensa actividad de marketing dirigida a la búsqueda de nuevos clientes.

**B. Servicio Integral:** La primera gran diferencia.

El principal valor diferencial frente a los competidores es que se ofrece un servicio integral y completo.

**C. Extraordinaria Atención y Comunicación**

Por experiencia se sabe que un cliente no se consigue y se mantiene sólo con la calidad del trabajo o la reputación, se consigue y se mantiene mediante una atención y una relación excepcional, en primer lugar, con el cliente (el que decide) pero también y sobre todo con el usuario (que recibe y paga el servicio).

**i. Atención y comunicación con el cliente**

- Desde el primer momento, el cliente debe percibir que es la persona más importante que hemos visto y conocido.

- Debe percibir que se entienden sus necesidades, sus objetivos y se respetan (más que ninguna otra) sus opiniones.
- Debe percibir que haremos lo imposible para que, con nuestro trabajo, tenga éxito y que se comunidad sea un modelo a seguir.

## **ii. Atención eficiente al usuario**

- Sólo se tendrá éxito si el usuario se siente satisfecho. El administrador es el que decide, pero el usuario opina y mucho: su opinión y/o el grado de molestia que genera al administrador es un factor vital.
- Se necesita que los vecinos de cada comunidad no solo se sientan más satisfechos con nuestro trabajo, sino que, sobretodo, reciban un trato de calidad, respetuoso y servicial excepcional por parte de todos los colaboradores de la empresa.

## **D. Eficacia, calidad y profesionalidad**

Debemos conseguir que la gran mayoría de vecinos perciba la diferencia, y que la situación general de su comunidad ha mejorado y mejora cada día.

## **E. Control**

En éxito depende de la calidad y la profesionalidad de nuestros colaboradores al hacer su trabajo y al relacionarse con los usuarios.

La clave es realizar una buena selección, pero sobre todo, establecer un control continuo en su actividad: dispondremos de un programa especial deseguimiento que incluirá (entre otros) visitas sorpresa y encuestas a los usuarios.

## VISIÓN

Ser líderes y expertos de referencia en nuestra región, ampliando nuestra área de servicio a otras ciudades del país.

## MISIÓN

Satisfacer íntegramente las necesidades de servicio de limpieza a todas la comunidad propietaria o vecinos de nuestra ciudad.

## VALORES

- **Ética:** Es la guía en el accionar a través de los principios imperecederos de honestidad, integridad y justicia.
- **Libertad:** Propone un accionar democrático, globalmente abierta a todas las corrientes del pensamiento.
- **Autonomía:** Se pretende afianzar la capacidad de autogobierno a través de normas y políticas propuestas por la empresa.
- **Solidaridad:** Denota la empatía de la empresa y sus diferentes áreas con causas nobles.
- **Calidad:** Refleja la búsqueda de la satisfacción total de los clientes de la empresa, es un reto diario y permanente, trabajando con profesionalismo, eficiencia y eficacia, desde el inicio de su evento hasta la culminación de la misma, a fin de alcanzar la excelencia y la calidad total de nuestros productos y servicios.
- **Innovación:** Se dará más énfasis en el desarrollo de una mentalidad proactiva de todo nuestro personal para motivarlos al cambio constante y en la aplicación de nuevos medios y maquinarias a los nuevos escenarios o situaciones que se puedan presentar.
- **Competencia:** Involucra la competitividad dentro de la empresa, también implica competencia y colaboración con empresas y/o entidades regionales y nacionales que persigan objetivos afines de la empresa.

- **Profesionalismo:** Comprende el compromiso constante de trabajar aplicando adecuadamente los conocimientos durante la formación y experiencia profesional, de manera que las opiniones sirvan de referencia para la mejora continua.
- **Enfoque en el cliente:** Para la empresa lo más importante son sus clientes, por ende, nuestra empresa estará orientado a la satisfacción total de las necesidades y expectativas de nuestros clientes, ofreciendo productos y servicios de calidad.

## ANÁLISIS FODA

### Oportunidades

- ☐ Demanda general no cubierta
- Crecimiento del número de comunidades
- ☐ Falta de competencia directa

### Amenazas

- Cambio del ciclo económico
- ▢ Surgimiento de Competidores

### Fortalezas

- Capacidad de negociación
- ☐ Servicio de calidad
- ☐ Competitivos
- Estructura ágil y adaptable
- Capacidad de gestión



## **Debilidades**

- Escaso capital de trabajo
- Una nueva empresa, una nueva marca
- Una nueva organización, un nuevo concepto
- Necesidad de tiempo para consolidar

## **Aspecto Económico**

En la actualidad el sector de servicios es el que más ha ayudado a mejorar los factores económicos tal es así que ha sido uno de los sectores que ha generado y fomentado el empleo, puesto que la demanda del sector ha crecido considerablemente esto debido a las políticas económicas del estado, en las cuales se le da una importancia mayor al fomento del empleo, y esto traerá consigo un incremento en la renta de las familias que de acuerdo a esto se proyecta que los ingresos se incrementarán. Además, que actualmente los indicadores económicos muestran un crecimiento macroeconómico, los cuales muestran un crecimiento interno que son favorables para el país y por ende para las empresas. Las empresas están cada vez dispuestas a invertir en capacitaciones, talleres, seminarios, etc.; con el fin de contribuir a su desarrollo y por ende al desarrollo económico del país.

## **Aspecto Político y Legal**

En la actualidad la política se mantiene estable, esto trae consigo un incremento en la inversión privada. Permitiendo la tranquilidad entre las familias pudiendo estas estar seguros con su salud. Así mismo las empresas tienen la seguridad de que las políticas del gobierno no les afectaran significativamente, lo cual permite mayor inversión en capacitaciones, talleres y otros.

## **Aspectos Demográficos y Sociales**

La necesidad de una empresa de limpieza en la ciudad de Yungay se ha incrementado en los últimos años por el crecimiento de la población que tiende a necesidad de contratar un servicio especializado, a un precio accesible, en especial la población urbana.

En los últimos años también se ha visto que el número de familias se han incrementado, y estas tienen distintas costumbres y culturas, cambiando en cierta forma las tradiciones de la ciudad y por ende incrementar el número de segmentos a atender.

La necesidad de contar con una empresa de limpieza, en las empresas públicas y privadas, con más frecuencia es importante por no decir indispensables, para mejorar su imagen y su salubridad. Situación que favorece al éxito de la empresa.

Los factores socioculturales como el grado de formación de los consumidores van en incremento y hace que cada vez más el consumidor busque mayor información y hace que los consumidores se vuelvan más educados y busquen mejores servicios y de mejor calidad.

### **Competencia**

En la ciudad de Yungay, prácticamente no existe ninguna empresa de servicio de limpieza de buen nivel.

### **Aparición de Nuevos Competidores**

En la actualidad en la ciudad de Yungay no existen empresas que brinden el servicio de Limpieza. Pero como en cualquier otro rubro, la competencia no se hace esperar; pero nuestra empresa ya estará posicionada en el mercado y consolidada.

## **Productos Sustitutos**

En el mercado actual no se encuentran un posible sustituto al servicio de limpieza, por ende, no cabe la posibilidad de pérdida de clientes y/o competencia.

## **Poder de Negociación con los Proveedores**

Actualmente existen en el mercado distintos tipos y marcas; de insumos que son necesarios para brindar el servicio de limpieza y por ende existen diversos proveedores. Se trabajará con proveedores que brinden insumos de calidad, bajos precios y en el momento oportuno. Esto garantizará la disponibilidad de materiales para brindar nuestro servicio de manera oportuna y satisfacer el cliente.

## **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Existe un elevado crecimiento en estos últimos años gracias al apogeo económico que están experimentando las empresas en el Perú, por ende, la demanda servicios es cada vez mayor. Y la ciudad de Yungay no es ajena a esta situación demostrando un buen porcentaje de crecimiento en el sector de Personas Naturales seguido por las Personas Jurídicas.

Nuestro mercado estará conformado en primera instancia por las Personas Jurídicas y Naturales ya que este sector está presentando un mayor crecimiento en los últimos años.

## **Segmentación del Mercado**

Nuestro mercado estará conformado en la primera etapa en la ciudad de Yungay, luego abarcaremos, las provincias y luego abarcaremos el Callejón de Huaylas, posteriormente el mercado Regional.

El mercado está definido por aquellos clientes que tienen una relativa solvencia económica, es decir aquellos que perciben ingresos superiores a S/.1000.00, siendo las personas de sexo masculino que oscilan entre los 24 a 30 años y principalmente las personas jurídicas las cuales son los que presentan un mayor movimiento económico.

## **Demanda Histórica y Proyectada**

### **a. Demanda Histórica**

Al no existir datos históricos y/o estadísticos, en servicio de limpieza a nivel local y regional; se trabajará en torno a datos estadísticos según los ESTABLECIMIENTOS CENSADOS POR ORGANIZACIÓN JURÍDICA, elaborados por el INEI. Ya que las personas jurídicas son las que más movimiento económico generan.

Según los censos realizados por INEI en la ciudad de Yungay, a los establecimientos censados según su organización jurídica, según ámbito político administrativo 2008, nos muestra que el 93.27% son Personas Naturales que son las que requieren del servicio de Limpieza, y el 6.73% son empresas jurídicas que ya requieren de un servicio más completo por ente demanda un Servicio de Limpieza en la Ciudad de Yungay.

### **b. Demanda Proyectada**

Para la proyección de la demanda de la empresa de Servicios de Limpieza, se ha tomado como referencia el promedio total de 401 personas Naturales y Jurídicas en la cual se proyecta un crecimiento del 2% anual, las cuales requerirán de servicios de limpieza.

## CUADRO N° 01 – CRECIENTO PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS

Años	Personas Naturales	Personas Jurídicas	Total	Porcentaje P. Natural	Porcentaje P. Jurídica
2008	374	27	401	93.27%	6.73%
2009	381	28	409	93.15%	6.85%
2010	389	29	418	93.06%	6.94%
2011	396	30	426	92.96%	7.04%
2012	405	31	436	92.89%	7.11%

Según INEI para el 2014, la cantidad de Personas Naturales como Jurídicas incrementaran en el mercado. El crecimiento para el año 2015 incrementara en un 3% anual.

### Cuadro N° 02 Proyección 2013 – 2017

Años	Personas Naturales	Personas Jurídicas	Total	Porcentaje P. Natural	Porcentaje P. Jurídica
2013	408	32	440	92.72%	7.27%
2014	413	33	446	92.60%	7.39%
2015	416	34	450	92.44%	7.56%
2016	419	36	455	92.08%	7.92%
2017	422	39	461	91.54%	8.46%

A partir del 2017 se aplica un porcentaje de crecimiento del 3% anual según estipula el INE.

Nuestra demanda a futuro será proyectada de 20 servicios mensuales, equivalente a S/, 20,000.00 mensuales, para poder mantenernos en el mercado.

### Elasticidad del Precio

#### a) Costos del Servicio:

Nuestros precios deberán producir se tendrán que ajustar según la capacidad de pago de los posibles clientes, pero teniendo en cuenta que no existe competencia no se presentaran mayores dificultades en

torno a precios; se puede gozar de cierta autonomía para la fijación del precio. En nuestra empresa de Limpieza se fijaran los precios de acuerdo a los costos que se incurran en el servicio y a los precios en base a la competencia.

**b) Precios en base a la competencia:**

Como ya sabemos la competencia no se hace esperar. A pesar de que la empresa está añadiendo valores agregados como la personalización, y el servicio delivery, en caso de aparición de nuevos competidores será necesario fijar los precios basándose de acuerdo al precio promedio brindado por la competencia. Ya que tenemos que adaptarnos a los precios que el cliente paga por este tipo de servicio.

**Variables que Afectan la Demanda**

**c. Precio del servicio**

Este es un gran factor que podría afectar a la demanda ya que en el mercado existen varios precios determinados por cada Entidad o Persona involucrada en este tipo de servicio, una mala deducción del precio del servicio podría afectar a la rentabilidad del Proyecto, por lo consiguiente es necesario estandarizar precios con el mercado actual.

**d. Calidad**

La calidad es un aspecto fundamental en la determinación de la demanda, constituyendo la plataforma para desarrollar actividades, procesos y procedimientos, encaminados a lograr que las características del servicio cumplan con los requisitos del cliente, es decir, sean óptimos, esto significa que dentro del mercado la empresa que trate de brindar un mejor servicio será la que generará un crecimiento mayor en la demanda.

#### **e. Consumidores**

Esta variable podría ser determinante al momento de incursionar en el mercado debido a que las Pequeñas y medianas empresas que no vean por necesario contar con un servicio de limpieza no opten por trabajar con nosotros.

### **Análisis de la Oferta**

#### **Análisis de la oferta Histórica**

De acuerdo a la investigación que se ha realizado en el ámbito geográfico ya descrito, se ha determinado que actualmente no existe competencia directa en cuanto a empresas que brinden el mismo servicio.

Desde que el país empezó a crecer económicamente, no se han formado empresas dedicadas al rubro de Servicios de Limpieza en la ciudad de Yungay. Por ende este proyecto entra a un mercado virgen que facilita su incursión.

#### **Proyección de la Oferta**

No se cuenta con datos reales, ya que es un mercado nuevo para el servicio de Limpieza en la Ciudad de Yungay, por lo que se asume un crecimiento de nuestros servicios de manera relativa al crecimiento de población, creación de nuevas empresas y por ende al crecimiento económico.

### **Balance Oferta / Demanda**

La demanda insatisfecha se obtiene de la siguiente manera:

La demanda de personas (Jurídicas y Naturales) que requieren el servicio de Limpieza es considerable, en el caso de la oferta; no existen competidores que ofrezcan el mismo o similares servicios.

Año	P. NATURALES	P. JURÍDICAS	DEMANDA SERVICIO DE LIMPIEZA		OFERTA SERVICIO DE LIMPIEZA
2013	408	32	100	6	--
2014	413	33	150	10	--
2015	416	34	180	14	--
2016	419	36	210	18	-
2017	422	39	240	21	-

## Proceso y Tecnología

La puesta en marcha de un proyecto de inversión privado implica aplicar un conjunto de sistemas que interactúen entre sí, para ello emplearán métodos, técnicas y procedimientos. En el servicio que brindaremos, tanto los procesos como la tecnología jugaran un factor clave al momento de brindar el servicio, requerirá de procesos bien establecidos y concretos; y la tecnología ira acorde a la necesidad y/o exigencias actuales.

### a. Descripción de los Servicios

Cada día la limpieza se valora más al ser un componente importante de la imagen de las empresas, asimismo y en cuanto a los lugares de residencia, cada vez más se contratan los servicios profesionales de una empresa de limpieza, por la falta de tiempo a prestar éste tipo de servicios, principalmente motivada por la incorporación de la mujer en el mundo laboral. Todo ello implica a que el mercado en éste tipo de servicios es interminable.

Cada lugar de trabajo, ya sea una fábrica, una oficina, una sala de ventas, una tienda o un edificio público, así como cada lugar de residencia, ya sean comunidades de vecinos, urbanizaciones, etc., necesitan limpieza.

### i. Limpieza integral de edificaciones, ambientes hospitalarios, educativos, administrativos

Nuestro personal cualificado evaluará sus necesidades y trazará un plan de trabajo optimizado que le permita obtener un ambiente de trabajo agradable y que transmita una buena imagen para sus clientes, con la mejor relación



calidad precio.

Especialistas en mantenimiento y conservación de limpieza integral. Seriedad, garantía, rapidez y economía. Con una exhaustiva selección de personal, muy cualificado para el desarrollo de los trabajos que se le asignan, y una formación adecuada en salud e higiene y manejo de productos químicos adquiriendo una gran experiencia, debidamente uniformado con vestuario laboral, dando una excelente imagen de limpieza y seriedad ante nuestros clientes. Y una supervisión contante para lograr que nuestro personal lleve a cabo cometidos de limpieza y servicios de forma eficaz.

Cuidamos de sus instalaciones con todos los servicios de limpieza, suministro de productos higiénico-sanitarios.

CONCEPTO	PRECIO (S/.)
Limpieza:	
Edificios	900.00
Hospitales	4,500.00
Instituciones Educativas	900.00
Ambientes Administrativos	3,000

## ii. Limpieza de fachadas

Realizamos trabajos de limpieza general de fachadas, tanto exterior e interior, la cual garantiza la buena presencia e imagen de las empresas, organización y hogares.

CONCEPTO	PRECIO (S/.)
Limpieza de Fachadas	800.00

## iii. Lavado, desinfección de ambientes

Ofrecemos una desinfección garantizada de ambientes, empleamos productos de la más alta calidad. Serán sometidos además a un lavado a alta presión con

solución desinfectante inocua que garantiza la destrucción de cualquier tipo de microorganismo que pudiera haberse alojado.

CONCEPTO	PRECIO (S/.)
Lavado, desinfección de ambientes.	800.00

#### **b. Control de calidad**

Siempre dispuestos a innovar de común acuerdo con nuestros clientes, se, estudia, planifica y prepara acciones concretas para adecuar permanentemente los niveles de limpieza e higiene a los requisitos y necesidades del cliente.

Ofreceremos un servicio profesional y eficiente basado en la calidad, el mejor servicio al cliente, y una excelente relación calidad precio. Utilizamos las últimas tecnologías en limpieza e higienización.

Nuestra obsesión por el trabajo bien hecho es la mejor garantía de la calidad de nuestros servicios.

Limpieza Pura S.A.C. tiene implantado para el Control de Calidad de sus servicios el sistema Informatizado, lo que nos permite controlar a la centésima los niveles de calidad en cada uno de los servicios donde intervenimos.

En función de la actividad de cada centro donde ofrecemos nuestros servicios se realizan controles de calidad variando el tipo y periodicidades de los mismos según las necesidades y particularidades del servicio.

Uno de los aspectos más importantes en el proceso hacia la calidad total, será contar con un gran equipo humano, que hará posible alcanzar los objetivos de calidad que nos habíamos propuesto.

Es evidente que para conseguir estos objetivos es importante disponer de una estrategia y planificación adecuadas, pero sin un equipohumano no se puede llevar a cabo: es necesario contar con un equipo implicado, dinámico, con ilusión, con visión y apuesta de futuro, personas en definitiva con ganas de trabajar y que son conscientes del esfuerzo y las dificultades que supone el desarrollo y la integración de estas actividades en el trabajo diario.

Sabemos que el mantenimiento de una apuesta por la calidad en el tiempo supone un esfuerzo, pero también somos conscientes de que una vez vistos los primeros pasos es difícil dar marcha atrás.

Ahora tenemos el reto: ofrecer un alto nivel de calidad, que nos permite continuar desarrollándonos.

## **Tamaño**

### **Determinación del Tamaño**

Los factores condicionantes que favorecen o limitan el tamaño del negocio son:

- **Disponibilidad de materiales e insumos:** Contaremos con una alta variedad de materiales de alta calidad la cual permitirá brindar un servicio óptimo y oportuno para los servicios que se pretende brindar en el mercado.
- **Recursos Financieros:** Al hacer la evaluación financiera se tomará en cuenta el costo de inversión para el equipamiento de materiales e insumos necesarios para el funcionamiento del negocio. Dichos recursos procederán de la fuente interna y externa, tanto para la inversión fija, intangible y capital.

- **Disponibilidad de tecnología:** Respecto a este factor se elaboran convenios con empresas fabricantes o entidades financieras.

Dichos convenios permitirán que la empresa pueda adquirir con facilidad los insumos y materiales necesarios.

El tamaño de la empresa será para 06 personas; y se estima que la capacidad de la empresa será de un promedio de 20 servicios por mes, y el número de servicios por año considerando a las empresas públicas como privadas será de 240; el cual es determinado por los factores antes mencionados.

## **Localización**

### **Alternativas de Localización**

Este estudio se realiza para confirmar o descartar la ubicación más adecuada que lleve a maximizar la rentabilidad del negocio.

Para hacer un correcto estudio de localización, se dividirá el estudio en dos partes, el estudio de macro localización tiene un campo de acción quizás un tanto reducido, es decir se realizará el estudio solo a nivel del Callejón de Huaylas que en mucho de los casos podría ser un estudio de micro localización, pero teniendo en cuenta las características del estudio y la naturaleza del plan, se consideró la micro localización dentro de la Provincia de Yungay.

### **Factores de la Localización**

Para el desarrollo del negocio se tomara en cuenta los siguientes factores:

- Disponibilidad de mano de obra.
- Infraestructura
- Proceso Tecnológico
- Tamaño de Mercado
- Costo y disponibilidad de insumos.
- Disponibilidad de suministros.
- Acceso a las vías de comunicación.
- Problemas de Transporte
- Costo y disponibilidad de locales

## Determinación de la Localización

Para la determinación de la localización, se utilizará el método de Ponderación de Factores.

### Método de Ponderación de Factores

Factores	%	Av. Arias Grassiani	Pond.	Jr. Santa Rosa	Pond.	Jr. 28 de Julio	Pond.
Disponibilidad de mano de obra.	0.20	3	0.60	3	0.60	3	0.60
Costo y disponibilidad de insumos.	0.25	1	0.25	1	0.25	2	0.50
Disponibilidad de suministros.	0.15	1	0.15	1	0.15	2	0.30
Acceso a las vías de comunicación.	0.10	1	0.10	0	0	1	0.10
Costo y disponibilidad de locales.	0.30	1	0.30	1	0.30	1	0.30
<b>Totales</b>	<b>1.00</b>		<b>1.40</b>		<b>1.30</b>		<b>1.80</b>

Por lo tanto, el negocio estará ubicado en una zona de fácil acceso para nuestros proveedores y clientes. Esta determinación contara con los factores de localización planteadas.

## Materiales y Acondicionamiento

Se requerirán los siguientes materiales:

### Giro del Negocio

- Detergentes
- Desinfectantes
- Aspiradora
- Lustradora
- Escobas
- Recogedor
- Mangueras
- Trapeadores
- Bolsas de reciclaje

- Ambientadores
- Mascarillas
- Guantes plásticos

### **Oficina**

- Computadores
- Impresora
- Calculadora
- Engrapador
- Saca Grapa

### **Muebles y Enseres**

- Estantes
- Mesas
- Sillas
- Perforador
- Archivador.

### **Aspecto Legal**

#### **Organización Empresarial**

La empresa se constituirá bajo la forma de Sociedad Anónima Cerrada, se sujeta a las leyes peruanas dentro del marco de la legislación laboral, tributaria y comercial vigente, entre otros se adecuará a las siguientes normas:

- Ley N° 26887-Ley General de Sociedades.
- Tributación municipal Decreto Legislativo N° 776.
- Ley N° 28015-Ley de Promoción de la MYPE.
- Decreto Legislativo N° 728-Ley de Fomento del Empleo.

Las características principales de la empresa serán las siguientes:

- Se constituye por escritura pública, cuya inscripción determina el inicio de las operaciones y su existencia jurídica.

- La responsabilidad es limitada, se responde con hasta el límite de la aportación.
- En el régimen tributario es el que corresponde al régimen general.
- La constituye los socios.

Así mismo, la organización se sujetará a lo establecido por la Ley N° 26887-Ley General de Sociedades, que entre otros presenta los siguientes aspectos:

- El accionista que se proponga transferir total o parcialmente sus acciones a otro accionista o a terceros debe comunicarlo a la sociedad mediante carta dirigida al gerente general, quien lo pondrá en conocimiento de los demás accionistas dentro de los diez días siguientes, para que dentro del plazo de treinta días puedan ejercer el derecho de adquisición preferente a prorrata de su participación en el capital.
- El accionista podrá transferir a terceros no accionistas las acciones en las condiciones comunicadas a la sociedad cuando hayan transcurrido sesenta días de haber puesto en conocimiento de ésta su propósito de transferir, sin que la sociedad y/o los demás accionistas hubieran comunicado su voluntad de compra.
- El precio de las acciones, la forma de pago y las demás condiciones de la operación, serán los que le fueron comunicados a la sociedad por el accionista interesado en transferir. En caso de que la transferencia de las acciones fuera a título oneroso distinto a la compraventa, o a título gratuito, el precio de adquisición será fijado por acuerdo entre las partes o por el mecanismo de valorización que establezca el estatuto. En su defecto, el importe a pagar lo fija el juez por el proceso sumarísimo.

## **Estudio de la Organización**

Con la finalidad de establecer la modalidad bajo la cual funcionará la empresa, describiremos a la Sociedad Anónima Cerrada.

Para tomar una decisión informada, presentamos a continuación las principales características.

### **a) ¿Qué es una Sociedad Anónima?**

Una Sociedad está conformada por dos o más personas se unen o asocian para desarrollar una actividad determinada.

En este tipo de organización los socios/socias se reparten las ganancias y asumen los riesgos o pérdidas en conjunto, en proporción a sus aportes o en forma que determinen los Estatutos de la Sociedad.

Por tanto, la ejecución del Proyecto de Inversión Privado se ejecutará a través de la constitución de una Sociedad Anónima Cerrada - SAC, cuya razón social y comercial tendrá la siguiente denominación: Limpieza Pura S.A.C, en consecuencia, se someterá a la Ley General de Sociedades, para lo cual se ceñirá los siguientes lineamientos:

- El pacto social, el estatuto o el acuerdo de junta general adoptado por el cincuenta por ciento de las acciones suscritas con derecho a voto, puede disponer que la sociedad anónima cerrada tenga auditoría externa anual.
- La adquisición de las acciones por sucesión hereditaria confiere al heredero o legatario la condición de socio.
- El accionista sólo podrá hacerse representar en las reuniones de junta general por medio de otro accionista, su cónyuge o ascendiente o descendente en primer grado. El estatuto puede extender la representación



a otras personas.

- La junta de accionistas es convocada por el directorio o por el gerente general, según sea el caso, con la anticipación que prescribe la ley.
- Cuando proceda la enajenación forzosa de las acciones de una sociedad anónima cerrada, se debe notificar previamente a la sociedad de la respectiva resolución judicial o solicitud de enajenación.
- No se puede solicitar la inscripción en dicho registro de las acciones de una sociedad anónima cerrada.
- El accionista que se proponga transferir total o parcialmente sus acciones a otro accionista o a terceros debe comunicarlo a la sociedad mediante carta dirigida al gerente general, quien lo pondrá en conocimiento de los demás accionistas dentro de los diez días siguientes, para que dentro del plazo de treinta días puedan ejercer el derecho de adquisición preferente a prorrata de su participación en el capital.
- El estatuto puede establecer que toda transferencia de acciones o de acciones de cierta clase quede sometida al consentimiento previo de la sociedad, que lo expresará mediante acuerdo de junta general adoptado con no menos de la mayoría absoluta de las acciones suscritas con derecho a voto.

#### **PROPUESTA (Plan de mejora)**

1. Según los resultados obtenidos, implementar el presente en Plan de Negocios.
2. Durante la ejecución del Proyecto, es necesario evaluar el mismo, a efectos de establecer que se cumpla todo lo establecido en el.
3. Los valores financieros que se consiga el Plan de Negocios, tiene una vigencia de tres meses, por lo pasado ese período, los citados valores tendrán que actualizarse.

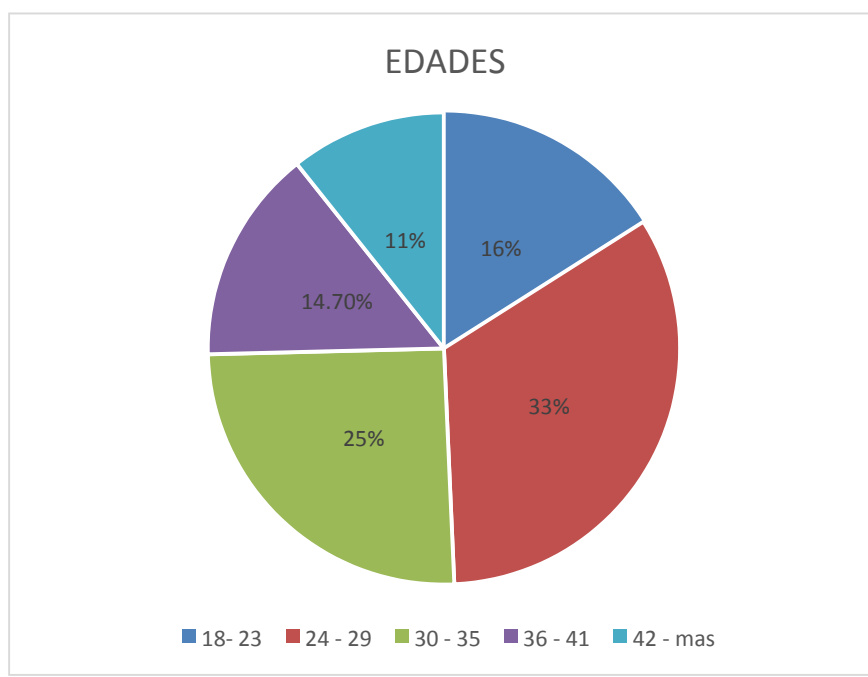
## RESULTADOS:

**CUADRO N° 1**

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
18 – 23	12	16.00	16	16
24 – 29	20	33.3	33.3	49.3
30 – 35	24	25.3	25.3	74.7
36 – 41	11	14.7	14.7	89.3
42 – mas	8	10.7	10.7	100.00
TOTAL	75	100.00	100.00	

Del total de personas encuestadas que son 75 representado por el 100%, contestaron de 18 a 23 años de edad son 12 representado por un 16%, de 24 a 29 años de edad que son 25 representado por un 33.3%, de 30 a 35 años de edad que son 19 representado por un 25.3%, de 36 a 41 años de edad que son 11 representado por un 14.7%, de 42 a más años de edad que son 8 representado por un 10.7%.

**GRAFICO N° 1**



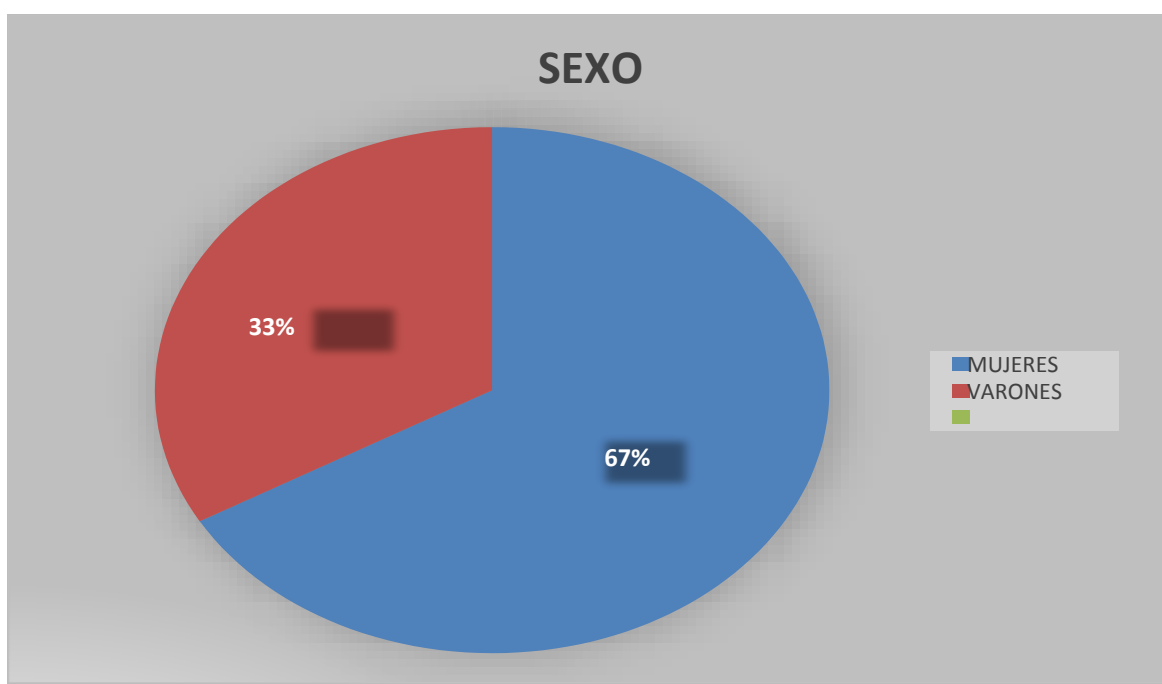
## **CUADRO N° 2**

### **SEXO**

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
MUJERES	50	66.7	66.7	66.7
VARONES	25	33.3	33.3	100
TOTAL	75	100	100	

Del total de personas encuestadas que son 75 representado por el 100%, 50 son mujeres representado por el 66.7% y 25 varones representado por el 33.3%, haciendo el 100%

## **CUADRO N° 2**



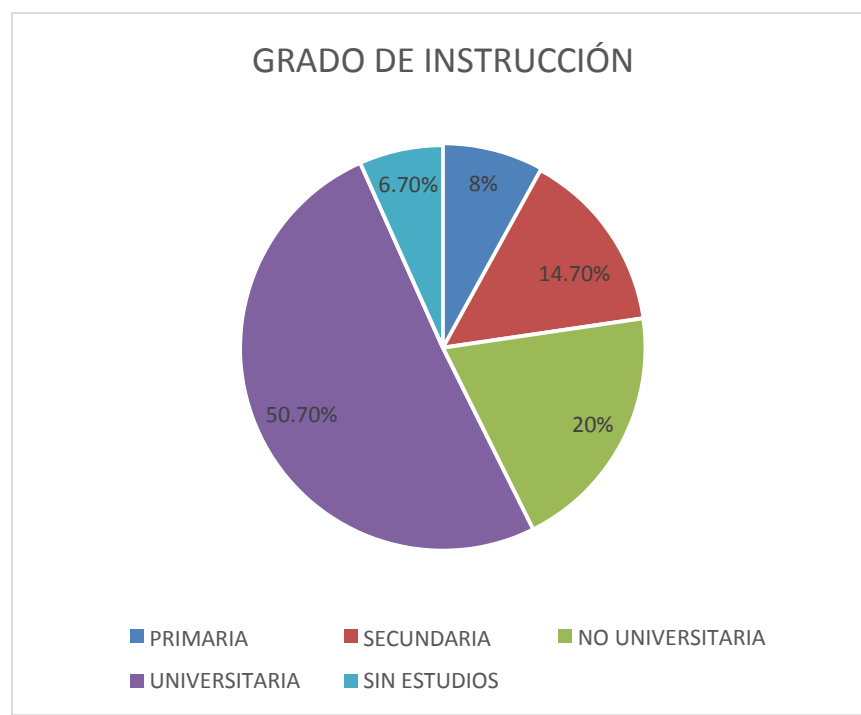
### **CUADRO N°3**

#### **GRADO DE INSTRUCCIÓN**

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Primaria	6	8	8	8
Secundaria	11	14.7	14.7	22.7
No universitaria	15	20	20	42.7
Universitaria	38	50.7	50.7	93.3
Sin estudios	5	6.7	6.7	100
Total	75	100	100	

Del total de personas encuestadas que son 75 representado 100%, contestaron de las 6 personas tienen estudios primarios, representado por un 8%, 11 estudiaron la secundaria representado por un 14.7%, 15 estudiaron no realizaron la carrera representado por un 20%, 38 estudiaron en la universidad, representado por un 50.7%, 5 sin estudios, representado por un 6.7%.

### **GRAFICO N° 3**

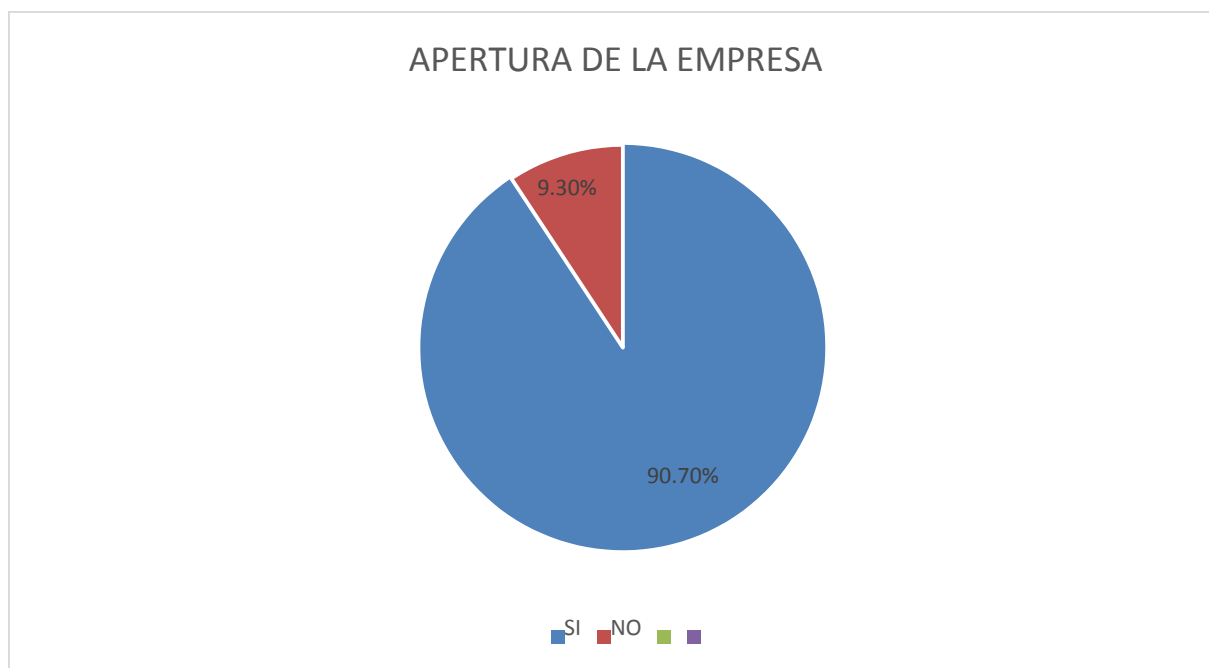


**CUADRO N° 4**  
**APERTURA DE LA EMPRESA DE LIMPIEZA EN GENERAL**

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
<b>NO</b>	<b>7</b>	<b>9.3</b>	<b>9.3</b>	<b>9.3</b>
<b>SI</b>	<b>68</b>	<b>90.7</b>	<b>90.7</b>	<b>100</b>
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

Del total de personas encuestadas que son 75 representado por el 100%, 7 personas estuvieron en desacuerdo, representando el 9.3%, 68 personas sí estuvieron entusiasmado y opinaron que sí, representando el 90.7%.

**CUADRO N° 4**

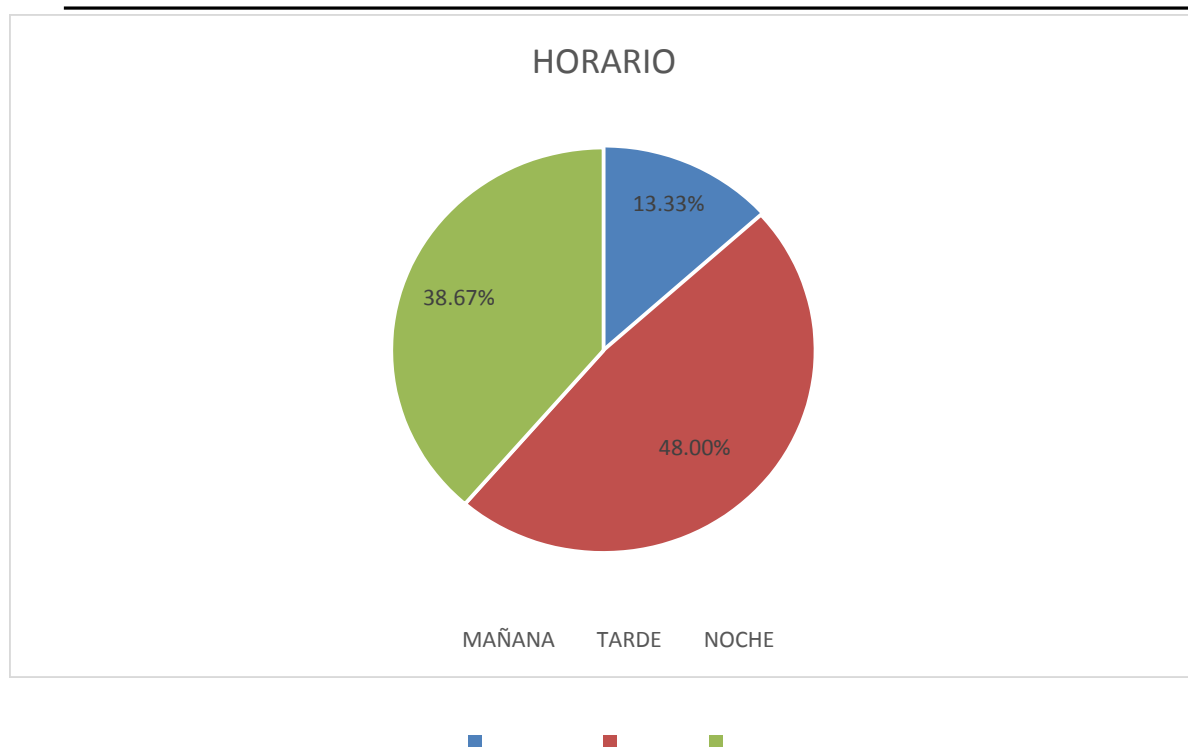


**CUADRO N° 05**

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
MANANA	10	13.33	13.33	13.33
TARDE	36	48.00	48.00	61.33EN
NOCHE	29	38.67	38.67	100.00
TOTAL	75	100	100	

El total de personas encuestadas que son 75 representado por el 100%, 10 personas prefieren que la limpieza se realice en las mañanas, representado por el 13.33%, 36 personas están de acuerdo que se realice en la tarde, representado por el 48.00%, y 29 personas sugieren que se realice de noche, representado 38.67%.

**GRAFICO N° 5**



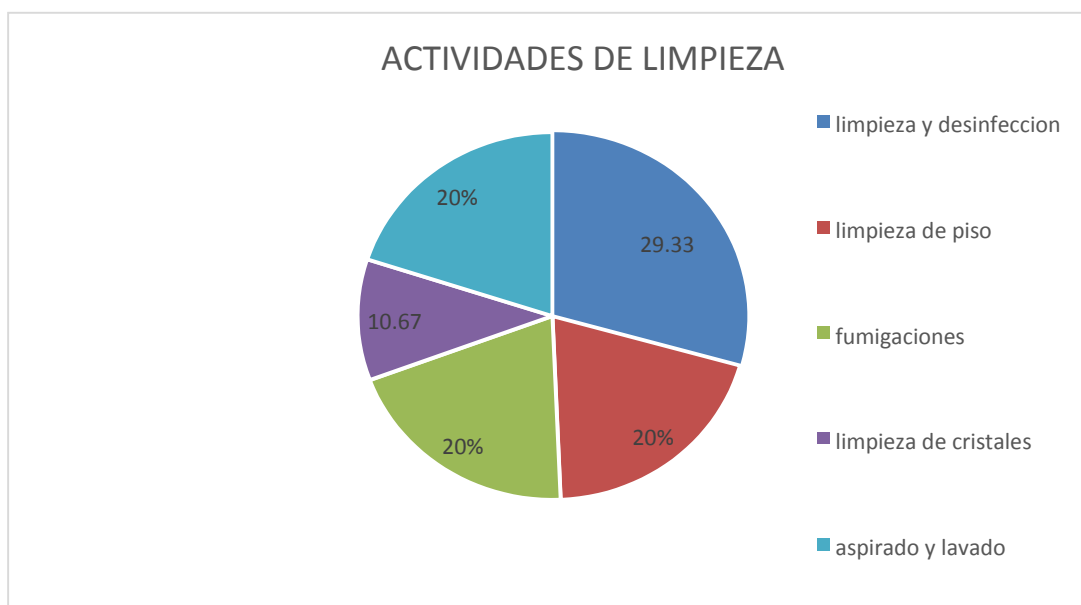
### **CUADRO N° 06**

#### **ACTIVIDADES DE LIMPIEZA**

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Limpieza y desinfección	22	29.33	29.33	29.33
Limpieza de piso	15	20.00	20.00	49.33
Fumigaciones	15	20.00	20.00	69.33
Limpieza de Cristales	8	10.67	10.67	80
Aspirado y lavado	15	20.00	20.00	100
Total	75	100	100	

Del total de personas encuestadas que son 75 representado por el 100%, 22 personas desean el servicio de limpieza y desinfección, representado por el 29.33%, 15 personas desean la limpieza de piso, representado por el 20.00%, 15 personas desean el servicio de fumigación, representado por el 20.00%, 8 personas desean el servicio de limpieza de cristales, representado por el 10.67%, y 15 personas desean el servicio de aspirado y lavado representado por el 20.00%.

### **GRAFICO N° 06**



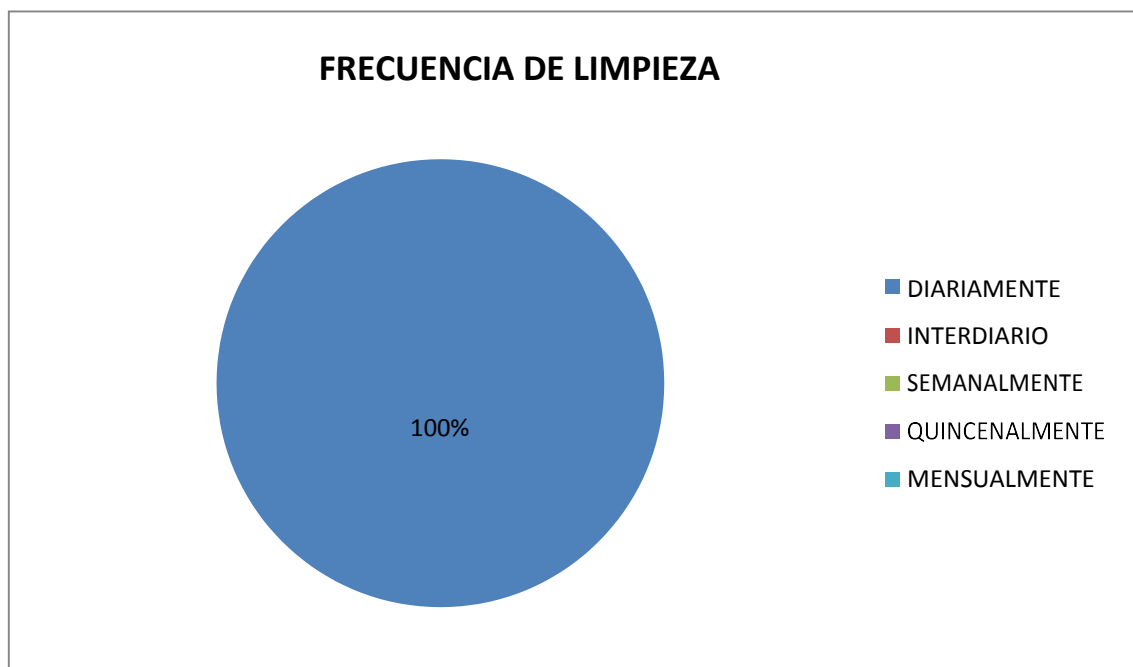
### **CUADRO N° 07**

#### **FRECUENCIA DE LA LIMPIEZA**

Validos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje acumulado
Diariamente	75	100	100	100
Interdiario	0	---	---	---
Semanalmente	0	---	---	---
Quincenalmente	0	---	---	---
mensualmente	0	---	---	---
Total	75	100	100	

Del total de personas encuestadas que son 75 representado por el 100%, toda la persona está de acuerdo con que el servicio de limpieza se realice de manera diaria.

### **GRAFICO N° 07**





## CONCLUSIONES

1. La empresa se constituirá bajo la modalidad de una Sociedad Anónima Cerrada - SAC.
2. La inversión inicial para ejecutar el presente Plan de Negocios es de S/. 30,140.00.
3. Los riesgos a los cuales tendrá que enfrentar el proyecto, está representado por las variaciones en la política económica del país, lo que incidirá en los precios de los productos que ofertará el negocio.
4. El proyecto es de bajo riesgo, se observa que existen bajas probabilidades que el proyecto resulte con VAN negativo.
5. Aunque no existe en el medio, empresas prestadoras de servicio de limpieza en general, existe una demanda de los clientes, por tanto, existe una gran brecha económica pendiente de atención, y es el segmento donde se orientará nuestro negocio.
6. Luego del análisis efectuado, se determina que el Proyecto de Inversión Privado es rentable económica y financieramente.
7. La estructura organizacional bajo la cual se ejecutará el proyecto, garantiza el logro de las metas y objetivos planteados.
8. En relación a la demanda se detectó que hay un sector de la población que estaría dispuesto a pagar mayores precios que los que se observan actualmente hoy en el mercado.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ Baca Urbina G. (2001). Evaluación de Proyectos, México; McGraw-Hill
- ✓ Canedo Espinoza, Walter. Texto de Preparación y Evaluación de Proyectos. Segunda Edición. Año 2005.
- ✓ O'HARA, Patrick D. El plan Empresarial Integral: Cómo prepararlo, redactarlo y revisarlo. Madrid: Deusto, 1992.
- ✓ Sinapsis S.A (2006) – Ideas y Métodos para el futuro. Guía para la Elaboración de Planes de Negocio
- ✓ Varela R. (2001). Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la creación de empresas. México: Pearson Educación.
- <http://www.cajatrujillo.com.pe>

## **ANEXOS**

### **ENCUESTA**

**“La creación de una empresa de servicios de limpieza general y el grado de aceptación en el mercado de la ciudad de Yungay”**

**OBJETIVO:** Determinar el grado de aceptación de los servicios de limpieza en general en mercado de la ciudad de Yungay.

#### **I. DATOS GENERALES:**

##### **1. EDAD**

- a) 13 – 17
- b) 18 – 23
- c) 24 – 29
- d) 30 – 35
- e) 36 – más.

##### **2. SEXO**

- a) Femenino
- b) Masculino

##### **3. GRADO DE INSTRUCCIÓN**

- a) Primaria
- b) Secundaria
- c) No Universitaria
- d) Universitaria
- e) Sin estudios.

## II. DATOS DE ESTUDIO

1. ¿Estaría usted de acuerdo con la creación de una empresa dedicada al servicio de limpieza en general?  
(A) SI ☐  
(B) NO ☐
2. ¿en qué horario prefería que se realice el servicio de limpieza?  
a) Mañana  
b) Tarde  
c) Noche
3. ¿Indique que actividades de limpieza general estaría interesado?  
(A) Limpieza y desinfección ☐  
(B) Limpieza de piso ☐  
(C) Fumigacionesy desratización ☐  
(D) Limpiezade Cristales ☐  
(E) Aspirado y lavado ☐
4. ¿Con que frecuencia le gustaría que se realice las actividades de limpieza?  
(A) Diariamente ☐  
(B) Interdiario ☐  
(C) Semanalmente ☐  
(D) Quincenalmente ☐  
(E) Mensualmente ☐
5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza general y al mes?  
(A) Menos de s/. 1000 ☐  
(B) S/.1000– 1300 ☐  
(C) S/. 1300– 1600 ☐  
(D) S/. 1600– 1900 ☐  
(E) Más de 1900 ☐

6. ¿Cree usted que la limpieza influye en la imagen de su empresa, institución y hogar?
- (A) Si ☐
- (B) No ☐
7. ¿Cree usted que la limpieza es parte fundamental en el desarrollo de las labores de su personal?
- (A) Si ☐
- (B) No ☐
8. ¿Considera usted importante la limpieza general en la ciudad?
- (A) Si ☐
- (B) No ☐